




# Dana here.

Senior copywriter by trade.


Hobby collector by accident.

Mother of a senior cat who likes only expensive food. Someone has to work for it. That is me.

And this is a glimpse of my work

 [danaelena.bratu@gmail.com](mailto:danaelena.bratu@gmail.com)

 +0729004539

 <https://www.linkedin.com/in/danabratu/>



**but first,**

**here's where I'VE WORKED TO  
SUPPORT HER EXPENSIVE  
LIFESTYLE**



Ogilvy

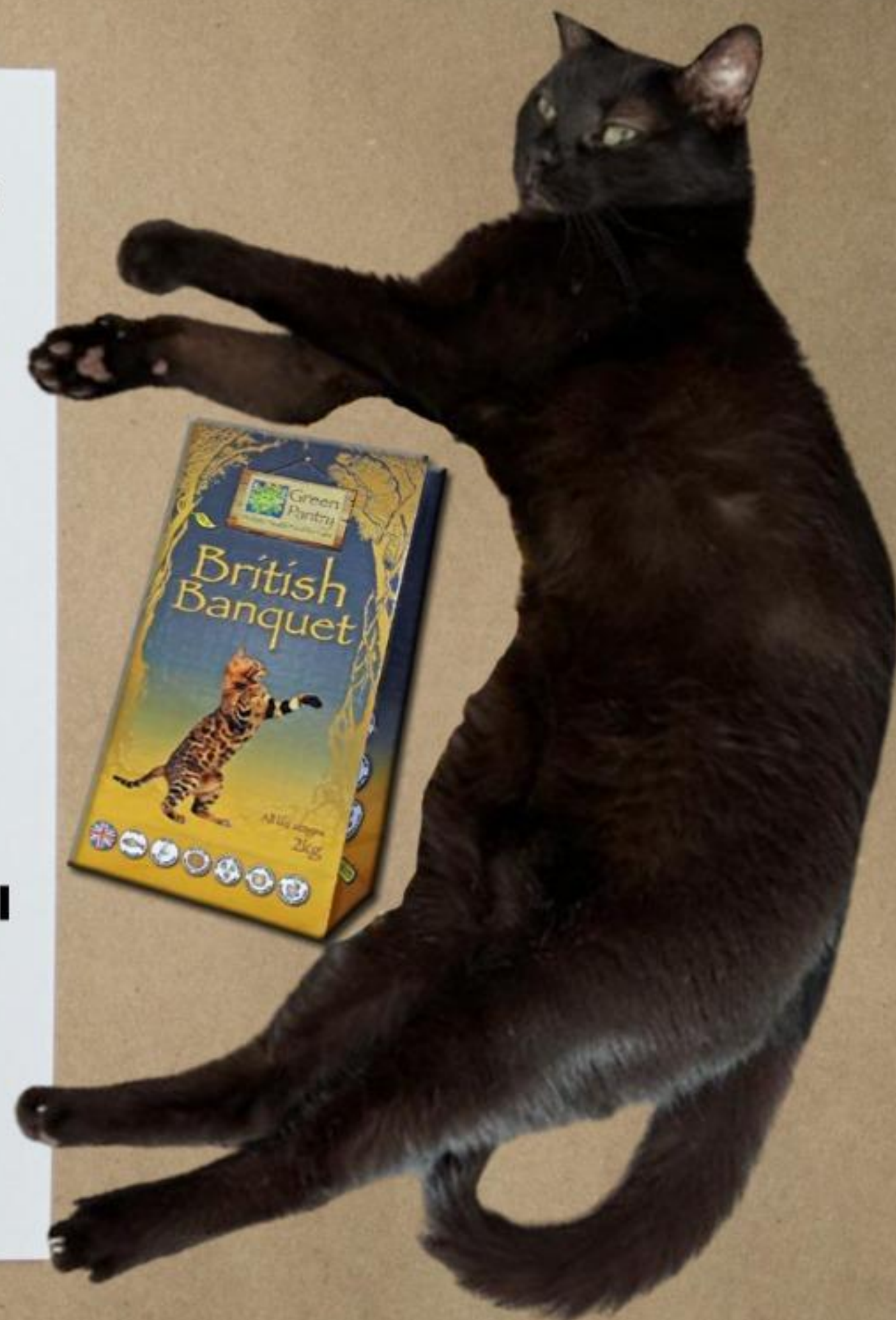


publicis  
ROMANIA



thinkdigital

**GRAFFITI**  
BBDO





# BRANDS I'VE WORKED WITH (AKA MY CAT'S UNOFFICIAL SPONSORS)





**some of my work**





# Campaign for LIDL grill

The craving for barbecue can strike at any moment - even during life's biggest milestones. Luckily, LIDL has everything you need to satisfy that urge. So, **whenever the barbecue mood hits, just head to LIDL.**



## The TVCs



**Take a look at the landing page of the campaign**





# Campaign for UNSAR & IGSU

UNSAR and IGSU join forces in a campaign that aims to raise awareness among Romanians about home prevention and protection measures against common hazards.

To make the information more memorable and easier to understand, **we are creating a unique good manners guide**. This guide has a retro graphic style, echoing the language of classic etiquette manuals.



Când vine vorba de bune maniere, niciun domeniu al vieții nu scapă: haine, mâncare, ținuta în societate, relații... Protejarea casei implică și ea un set de reguli similare.

Însă forma lor de acum nu e cea mai fericită.

**Așa că lansăm un ghid care să le facă cât mai memorabile și ușor de asimilat.**





MARE GRIJĂ LA Focurile  
PE CARE LE-AȚI PUTEA STÂRNI!



Nu se cuvine să lăsați depunerile de grăsime pe aragaz sau pe alte aparate electrocasnice. Cine știe ce focuri ar putea aprinde?!

PRIVIREA AGERĂ PE  
MÂNCAREA DE PE Foc!



Un alt foc s-ar putea aprinde de la o așa neglijență. Nu se face!



# Key Visuals





# GHIDUL BUNELOR MANIERE PENTRU CASĂ

Stai geană pe mâncarea ce se gătește



*Ai grijă de casa ta. Alege să o asiguri.*

Află mai multe pe [asiguropedia.ro](http://asiguropedia.ro).

**ASIGUROPEDIA**  
Asigură-te că știi!



# GHIDUL BUNELOR MANIERE PENTRU CASĂ

Micile accidente de gătit nu se sting cu apă



*Ai grijă de casa ta. Alege să o asiguri.*

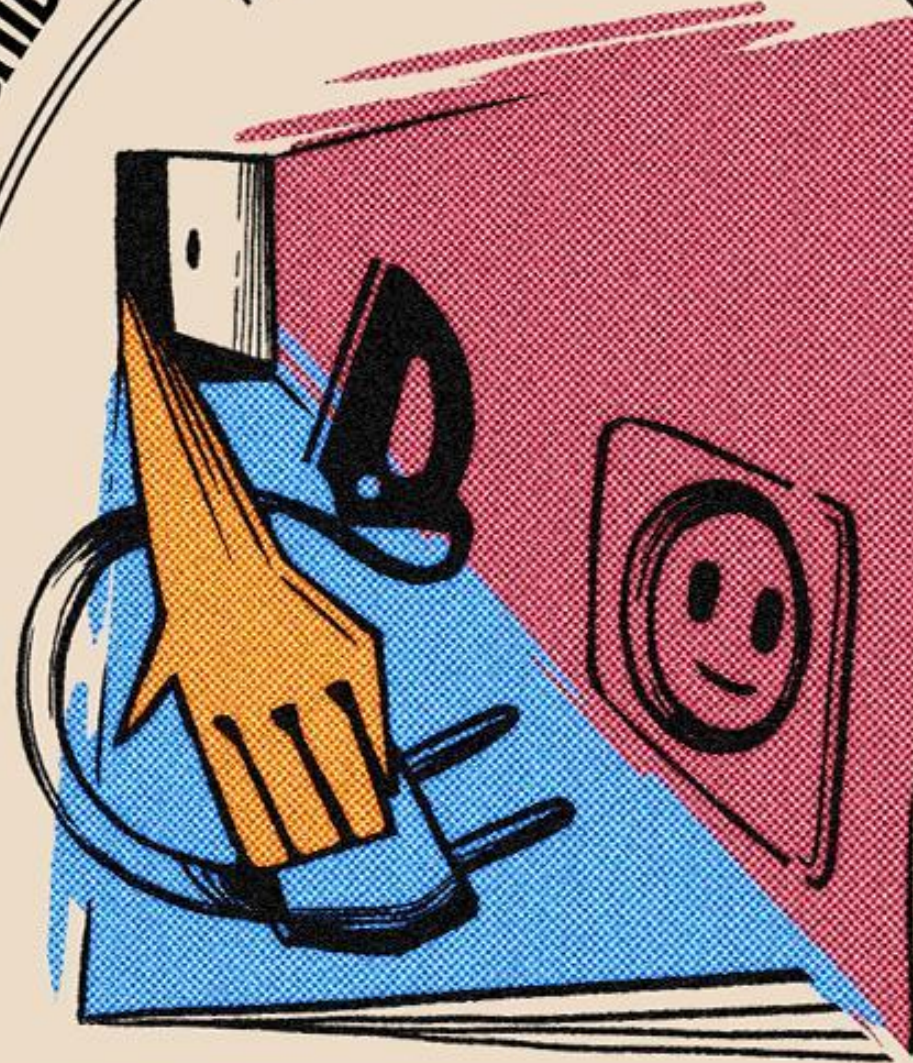
Află mai multe pe [asiguropedia.ro](http://asiguropedia.ro).

**ASIGUROPEDIA**  
Asigură-te că știi!



# GHIDUL BUNELOR MANIERE PENTRU CASĂ

Prudentă și înainte să ieși pe ușă



*Ai grijă de casa ta. Alege să o asiguri.*

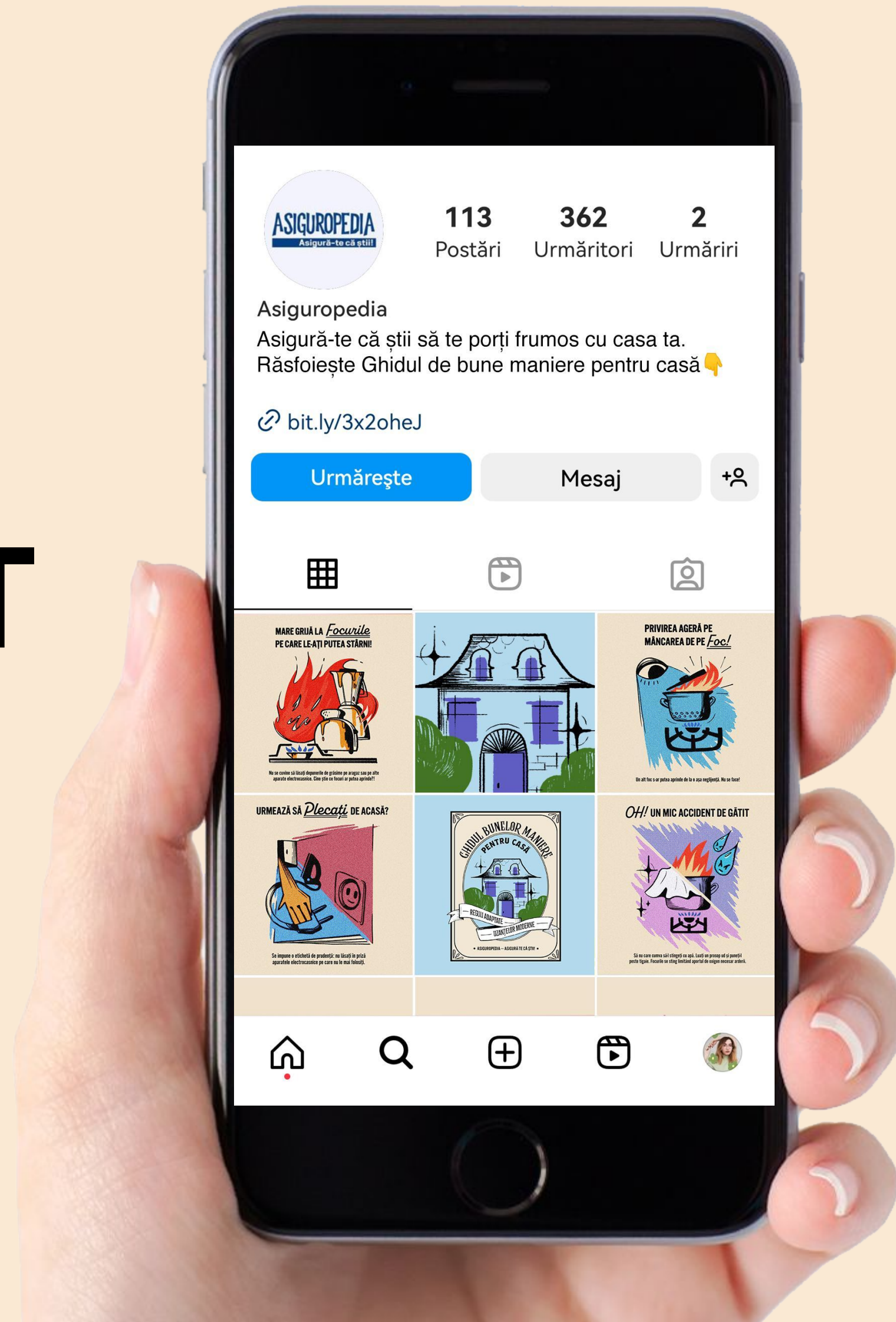
Află mai multe pe [asiguropedia.ro](http://asiguropedia.ro).

**ASIGUROPEDIA**  
Asigură-te că știi!



# CONTENT

Content animat cu aceste pagini din ghid ce vor fi narate de vocea bine-cunoscută a Irinei Margareta Nistor.





# ONLINE CAMPAIGN

## Centrul Filia

Gender-based violence thrives in a culture that allows it to exist. This campaign isn't about pointing fingers; it's about **examining the unconscious ways we normalize and even perpetuate abuse.**



<https://www.facebook.com/centrul.filia/videos/499372845524398/>

Site: [www.centrulfilia.ro/vdg](http://www.centrulfilia.ro/vdg)

# Suntem toți responsabili. Hai să oprim violența de gen.

## CONSTELAȚIA VIOLENȚEI DE GEN

Nu există om care să nu fi contribuit în vreun fel (direct, indirect, conjunctural, conex, pasiv) la violența de gen pe care o vedem peste tot. Că ești agresor inconștient, prieten/ă care nu crede, coleg care minimalizează, enabler direct sau pasiv, gaslighter sau, pur și simplu, ai zis la un moment dat bancuri cu blonde, fiecare dintre noi este responsabil în violența de gen și bineînțeles, fiecare din noi poate face ceva în privința asta.

NAVIGHEAZĂ SPRE DREAPTA PENTRU A AFLA MAI MULTE >>





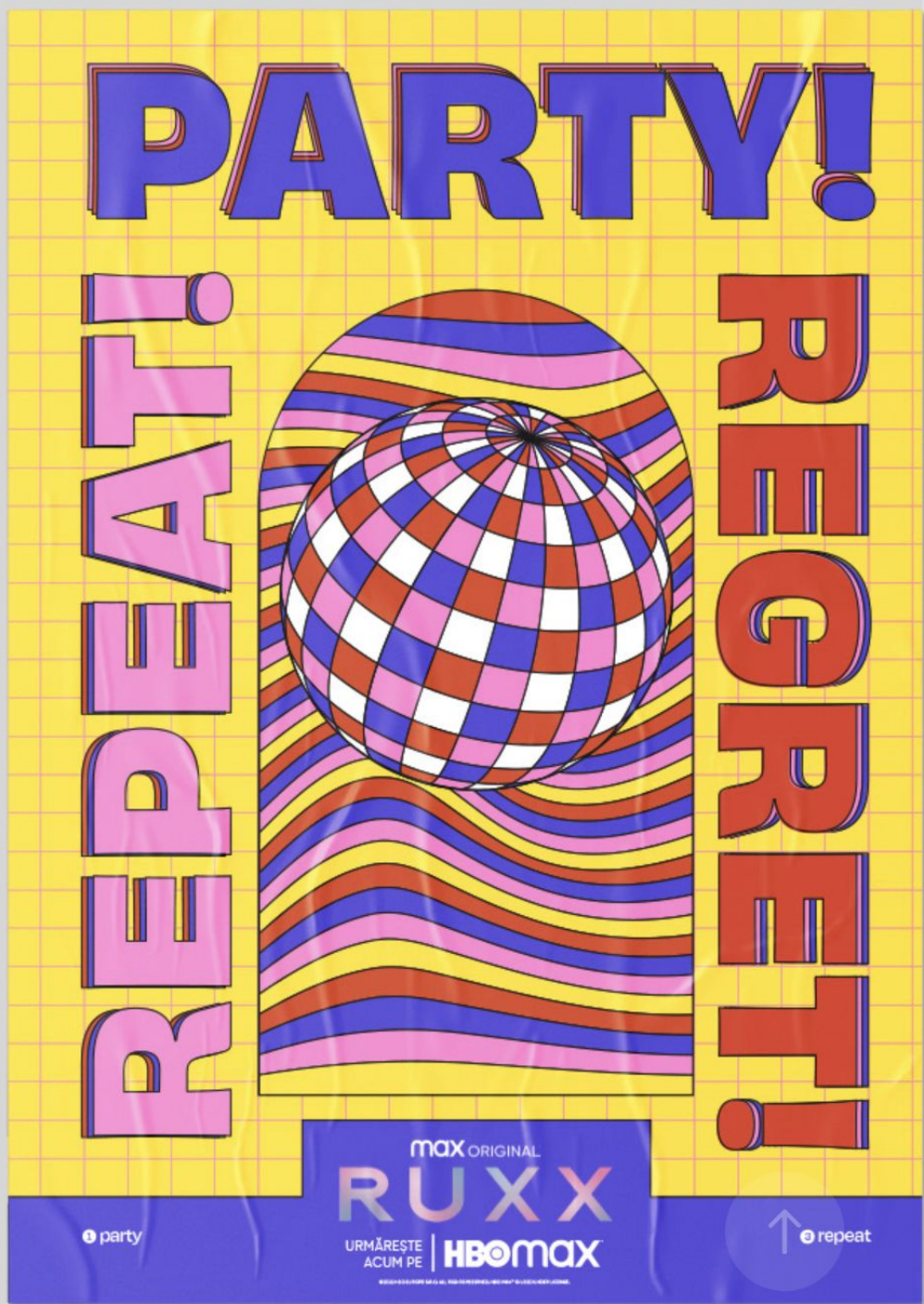
# PROMO CAMPAIGN

## HBO's RUXX

Campaign for HBO's **RUXX**, a show that cherished the hidden diversity of Bucharest while also incorporating recent relevant themes.

We played around the reverse process of bringing fiction into reality. We wanted to show the duality of the show's characters through a series of **copy driven ads that borrowed the feeling of their own placement.**







TU CE STIL  
ADOPTI  
CÂND VREI  
SĂ TE ASCUNZI  
DE TINE  
ÎNSUȚI?

max ORIGINAL  
**RUXX**  
URMĂREȘTE  
ACUM PE **HBOMAX**

©2022 HBO ENTERTAINMENT INC. ALL RIGHTS RESERVED. HBO AND HBOMAX ARE TRADEMARKS OF HBO ENTERTAINMENT INC.

**CONSTRUIM  
VIITORUL  
CA SĂ UITĂM  
DE TRECUT.**

max ORIGINAL  
**RUXX**  
URMĂREȘTE  
ACUM PE **HBOMAX**

©2022 HBO ENTERTAINMENT INC. ALL RIGHTS RESERVED. HBO AND HBOMAX ARE TRADEMARKS OF HBO ENTERTAINMENT INC.



# ONLINE CAMPAIGN

## Cargus Mobile App

Cargus Mobile App app reimagined as the perfect app to **deliver people from their courier-related anxieties / phobias**, making the delivery process a carefree & pleasurable experience.





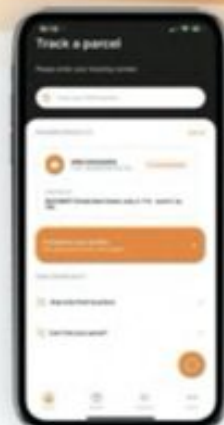
COLENTOFOBIE



## STARE DE AGITAȚIE PÂNĂ AJUNGE CÔLETUL?

CU APLICAȚIA MOBILĂ CARGUS AI  
OPȚIUNE DE LIVRARE RAPIDĂ LA PUNCTELE  
SHIP & GO CA SĂ SCAPI DE COLENTOFOBIE.

Curierat inspirat de tine.



AWBOFOBIE



## TE TREC FIORII CÂND TREBUIE SĂ CITEȘTI AWB-URI?

RIDICĂ COLETUL CU CODUL QR DIN  
APLICAȚIA MOBILĂ CARGUS ȘI SCAPĂ  
DE AWBOFOBIE.

Curierat inspirat de tine.



LIVRAFOBIE



## TE MACINĂ GÂNDUL CĂ NU ȘTII CÂND VINE CURIERUL?

TRIMITE COLETUL LA UN SHIP & GO  
DIN APLICAȚIA MOBILĂ CARGUS  
ȘI SCAPĂ DE LIVRAFOBIE!

Curierat inspirat de tine.





# WINSTON CAMPAIGN

## **yourfreedom.ro**

Creating a fun character, Nelu, with an offbeat personality and funny antics in order to **gamify the yourfreedom.com platform**. Nelu was the main character of a series of coaching-type of videos, titled 'Lumea lui Nelu'.



Nelu, an absurd character in the Winston universe, has been everything: a lost guy, a funny misfit who tries to understand the world today, and a literal gold digger.

In 2021, Nelu became users' favorite CEO, offering them **absurd advices to reach for success and win some cool prizes.**

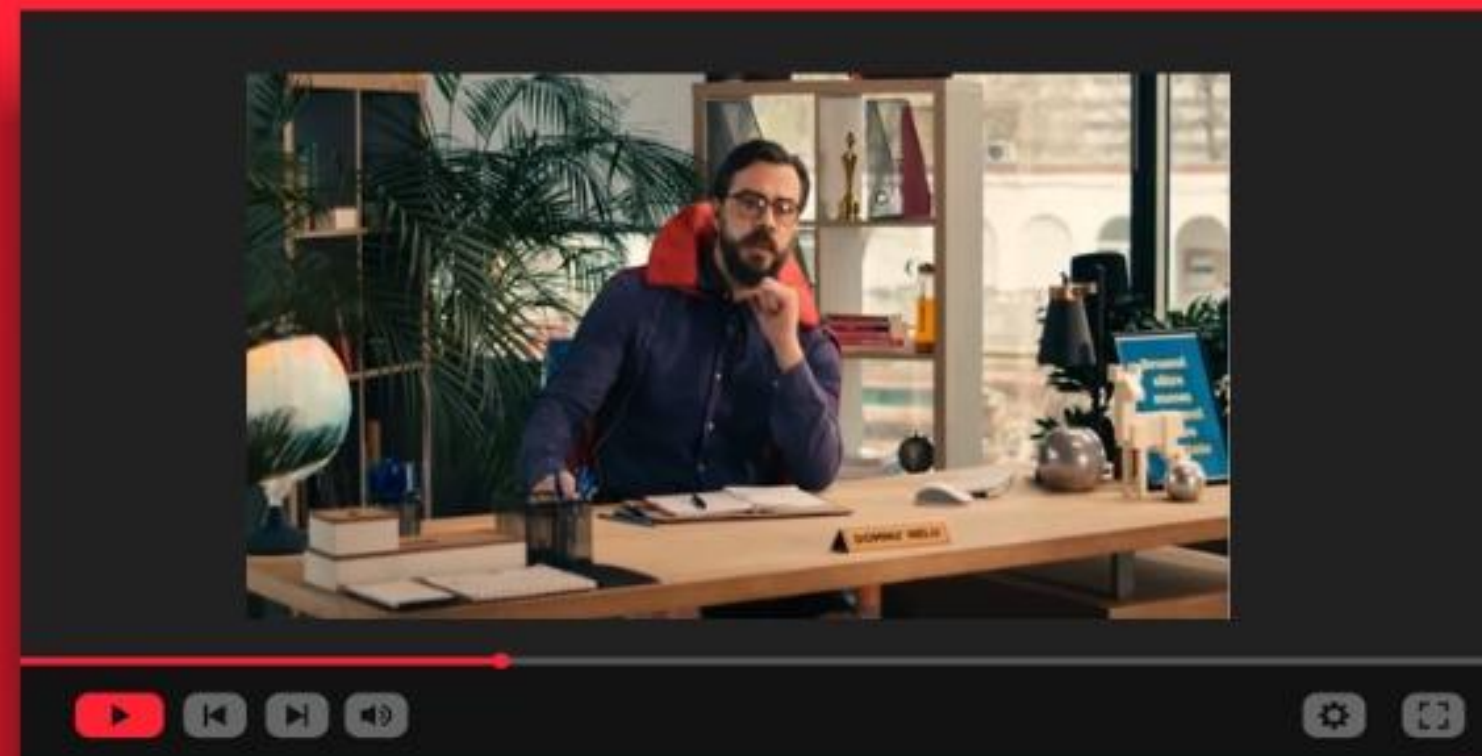
Users enter the codes on the pack, interact with yourfreedom's content and Nelu's advices and enter the race for a Toyota CH- R and some boss-like gadgets.

<https://youtu.be/gH7Vq1-5Oul>





**Here are 2 episodes  
of the series:**





# **VISA at Brandminds**

VISA as an empowering brand -  
**empowering people and giving them  
access to the knowledge** provided by the  
great minds speaking at Brandminds.

In the KVs, we used relevant topics and  
main themes from authors and speakers  
invited at the conference.



VISA prezintă  
BRAND MINDS

# SEROTONINĂ

OFERITĂ DIN PLIN DE BRAND MINDS  
ȘI ZI DE ZI CU VISA PREMIUM.

Ai **15% discount** la biletul tău Brand Minds 2020  
doar cu cardul tău Visa Gold, Platinum sau Infinite.

Intră pe [brandminds.live](https://brandminds.live) și bucură-te de beneficii!

**VISA** oriunde  
vrei să fii



VISA prezintă  
BRAND MINDS

# TIPPING POINT

CÂND AI AJUNS LA BRAND MINDS.  
ȘI CÂND AI ALES VISA PREMIUM.

Ai **15% discount** la biletul tău Brand Minds 2020  
doar cu cardul tău Visa Gold, Platinum sau Infinite.

Intră pe [brandminds.live](https://brandminds.live) și bucură-te de beneficii!

**VISA** oriunde  
vrei să fii





VISA prezintă  
BRAND MINDS

# FĂRĂ FRICĂ

CUM ÎNVEȚI SĂ FII LA BRAND MINDS.  
CUM EȘTI ZI DE ZI CU VISA PREMIUM.

Ai **15% discount** la biletul tău Brand Minds 2020  
doar cu cardul tău Visa Gold, Platinum sau Infinite.

Intră pe [brandminds.live](https://brandminds.live) și bucură-te de beneficii!

**VISA** oriunde  
vrei să fii



VISA prezintă  
BRAND MINDS

# NERĂBDAREA

PENTRU EXPERIENȚE NOI,  
POTOLITĂ LA BRAND MINDS.  
ȘI ZI DE ZI CU VISA PREMIUM.

Ai **15% discount** la biletul tău Brand Minds 2020  
doar cu cardul tău Visa Gold, Platinum sau Infinite.

Intră pe [brandminds.live](https://brandminds.live) și bucură-te de beneficii!

**VISA** oriunde  
vrei să fii





# **ACTIVATIONS for Renault**

When the pandemic hit the brakes on everything, we tried to find innovative ways to keep the Renault brand moving forward.



During the pandemic, the cinemas were closed, but the good weather allowed us to give movie goers access to a similar experience: a **drive-in cinema**.

**Renault  
Studio  
Experience**

A Renault sponsored event, where people could watch movies and participate in fun activities like movie quizzes and placing themselves on movie posters, as main characters. All while being guided by a standup comedian.

**Being part of the movie is now easy.**



# **DIGITAL CAMPAIGN**

## **Timișoreana**

We created a series of **short stories** about **togetherness**. The stories revolved around 4 characters whose actions manage to bring people together.



# ÎMPREUNĂ IESE DE FIECARE DATĂ MAI BINE

Personajele poveștilor noastre au aflat  
asta pe propria lor piele. Descoperă  
aventurile lui Gigi, Marian, Andrei și  
Bogdan



## EPISODUL 4

### Galeria



Poți face o galerie de fotbal împreună cu vecinii de la  
bloc? Lui Andrei chiar i-a ieșit, și încă cum!  
Pentru că împreună iese de fiecare dată mai bine.  
Descoperă povestea!



Or, even better, you can watch the videos here:

<https://www.beretimisoreana.ro/singurnupoti>



# **CSR Campaign**

## **Primus / Patru mâini**

Fundraising campaign for the renovation of the pediatric ward of the Fundeni Oncological Institute. For this, we pictured **the mold inside the hospital as a negative character** worth fighting against.



## Mucegaiul ca personaj negativ

Știm să identificăm personajele negative dintr-o poveste.

În povestea copiilor de la secția de pediatrie a Institutului Oncologic Fundeni, un asemenea personaj e cât se poate de real și acționează nevăzut: mucegaiul din pereți.

Pentru a invita oamenii să lupte împotriva monstrului ce le-a invadat spațiul, am început cu forma lui: o siluetă pe perete ce bântuie imaginații și despre care știm cât rău poate facem în realitate.



**PATRU MĂINI**  
Ajută ca să te bucuri de ajutor



# MONSTRUL DIN POVEȘTI E REALITATEA LOR

**DONEAZA 2 EURO SI AJUTĂ-NE  
SĂ RENOVĂM SECȚIA DE PEDIATRIE  
A INSTITUTULUI ONCOLOGIC FUNDENI**



INSTITUTUL CLINIC  
FUNDENI





## Ce ne-am propus

Invităm oamenii să se implice cu ajutorul unui **joc de tip co-op** și a unui **Landing Page** interactiv pentru donații.

**Jocul**, inspirat de *Space Invaders*, poate fi jucat „în rețea” de către oamenii care vor să se implice. Toți au același scop: anihilarea monstrului / personajului negativ: mucegaiul.

**Pe Landing Page** oamenii donează și porțiuni de mucegai dispar în timp real. Cu cât se strâng mai mulți bani din suma propusă, userii vor vedea un perete din ce în ce mai curat.



**PATRU MĂINI**  
Ajută ca să te bucuri de ajutor





**PATRU MĂINI**  
Ajută ca să te bucuri de ajutor

**DESPRE PROIECT**



**DONEAZĂ**



**CUM SUSTIN**



**GHIDUL  
PERSONAJELOR NEGATIVE**



6 EUR

# MONSTRUL DIN POVEȘTI E REALITATEA LOR

**DONEAZĂ 2 EURO ȘI AJUTĂ-NE  
SĂ RENOVĂM SECȚIA DE PEDIATRIE  
A INSTITUTULUI ONCOLOGIC FUNDENI**

**DONEAZĂ**



# **DIGITAL ACTIVATION**

## **Asirom**

We took a bit further the creative concept developed by DDB about the wish to **skip the unwanted part irl just like it's done online.**

All in order to talk about the necessity of securing household items with an insurance policy.



# Concept creativ DDB:

Cu Asiom, dai SKIP la partea nedorită. Ca pe net.



**ASIROM**  
VIENNA INSURANCE GROUP

**Acum  
te asiguri  
în doi timpi  
și trei mișcări  
de mouse,  
pe asirom.ro**

**Skip ►**

**ASIGURAREA  
CĂMINUL MEU**



**Amplificare digitală  
Tribal**



# Skip Distrugere / Landing Page

Obiectele la care ținem sunt expuse tot timpul la riscuri. Pentru a-i convinge pe oameni să și le asigure, lansam un LP care transforma în realitate cel mai negru scenariu: distrugerea lor.

Singurul mod de a „skipui” distrugerea: încheierea unei polițe de asigurare pe site-ul Asirom.

Pe LP, programam un asemenea scenariu de distrugere și îi invitam pe useri să privească și / sau să-și asigure un obiect drag.



## Landing Page Teaser – Click Play







00:00:06:10

# Asigura-l pana nu pateste ceva!

VREAU ASIGURARE





# Youtube prerolls



Distrugerea obiectelor de pe Landing Page-ul Asirom va fi folosită pentru crearea unei serii de prerolls.

Filmate în slow motion, distrugerile vor putea fi sărite prin vizitarea Landing Page-ului.

Skip Ad ►



# **UniCredit Bank**

## **Credit Card Campaign**

The challenge was to develop a one year communication strategy for one of their main products: the credit card. We named it **‘Cardul micilor bucurii’**



# Cardul micilor bucurii by UniCredit Bank

## Premise

Joyfulness can present itself in a lot of different forms. Experiences or material things, big and small, as something you really need or as something you don't but want – a convenience – joy can come in any form.

## Idea

UniCredit has a solution for joyfulness. The Joyful Credit Card Ro: **Cardul micilor bucurii**

**Bucurie** stands for every happy-delighted-upbeat-thrilled-positive feeling one has and is free to express it.





Miruna Popescu is 🥳 feeling excited  
5 min ago

Cardul micilor bucurii






Ionel Constantin is 🎉 celebrating his special day

5 min ago

Cardul micilor bucurii

Banca pentru lucrurile  
care contează.

 UniCredit Bank





Gabi Constantin is 🎉 celebrating this special day  
5 min ago

Cardul micilor bucurii





Gabi Constantin is 🥰 feeling loved  
5 min ago

Cardul micilor bucurii



Challenge 2: Exemplify one integrated campaign for Basic on some digital touchpoints







**UniCredit Bank Romania**  
Yesterday at 12:30 · 🌐

**Pentru că e și un card de mers la festivalurile pe care le iubești, i-am zis Cardul Micilor Bucurii.**



Vara lucrurilor care contează







 | Instagram



**unicreditbankromania** [Urmărește](#) [...](#)

240 postări   825 de urmăritori   7 de urmăritori

UniCredit Bank Despre creativitate, pasiune și oameni care fac lucrurile altfel.Despre povești care te fac să le dai Love ușor. #UniCreditBank #BancaMințilorCreative [bit.ly/UniCreditLeasing\\_Motorsport](https://bit.ly/UniCreditLeasing_Motorsport)





**Some boards**





# Carrefour's DVR goes to USA in Times Square

to prove Romanians at home that their  
wines are actually amazing



## THE IDEA

## SURPRISING ORIGINS

## AMPLIFICATION

### THE PROBLEM

Vinurile românești sunt aproape necunoscute în State. Știm deja cât de greu e să reușești pe o piață atât de competitivă fără un aliat. Adică o celebritate care să endorseeze un vin dintr-o zonă atât de străină americanilor, ba chiar să aibă habar de ea.

### THE SOLUTION

Cel mai potrivit endorser care să prezinte un vin românesc americanilor nu poate fi decât cineva care e jumătate român, jumătate american. Adică Harvey Keitel. Majoritatea românilor nu știu că Harvey e jumătate român, iar multor americani chiar nu le pasă.

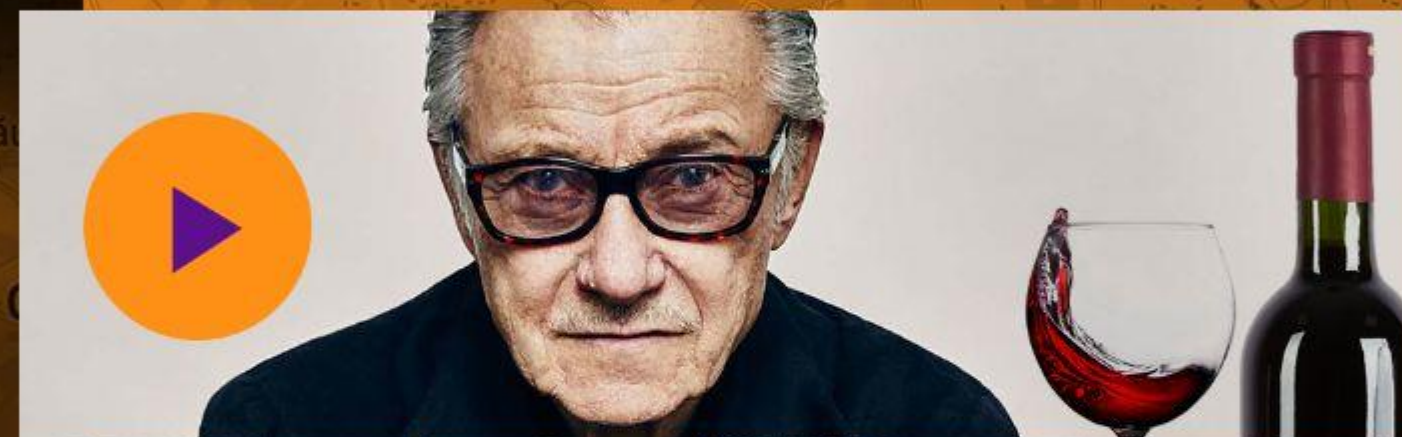
Tocmai de aceea îl invităm să fie imaginea acestor vinuri, la rândul lor la fel de surprinzătoare ca originile românești ale lui.



DESCHIDEM VINUL ROMÂNESC

*"We were surprised  
Harvey's Romanian,  
you'll be surprised by  
our wines"*

Pentru somelieri: Invitația la eveniment va fi făcută de Harvey Keitel. Le trimitem o sticlă unbranded pe care o pot scana pentru a accesa invitația. Ea va conține un video cu Harvey Keitel vorbindu-le despre vinurile românești, în același timp încercând să vorbească românește. Harvey va fi la costum, cam cum apare în filmele lui Tarantino și Scorsese, cu pete de vin roșu pe cămașă, ușor de confundat cu sângele. 'Oh, no, sorry, it's not blood, it's wine. This one (arată sticla). It's Romanian. That's my mother's country, that means I'm half Romanian. I had to taste these wines (...)'



La evenimentul de degustare, Harvey îi va învăța pe somelieri termeni românești, de care să se folosească în recenziile lor. Totodată va vorbi și despre mâncăruri care merg cu tipuri de vinuri, inclusiv despre cum un vin roșu merge cu pastrami-ul adus tot de români și deja intrat în cultura americanilor.

### Romania

În Times Square, vom avea un OOH cu Harvey ținând un vin românesc. Mesaj: We were surprised Harvey's Romanian, you'll be surprised by our wines

Sub mesaj vom avea review-ul unui somelier prezent la eveniment folosind și cuvinte românești pe care le-a învățat de la Harvey Keitel.

În România, în online și la raft, vom crea content cu aceste review-uri și cu Harvey Keitel recomandându-le. Doar asocierea lui Harvey Keitel cu vinurile românești e suficientă pentru a crea PR content.



# EXPANDING THE VINE VOCABULARY

## THE IDEA

Romanian language becomes a wine language

## THE PROBLEM

Vinul nostru e la fel de puțin cunoscut de americani ca limba română. Totuși avem un atu: câteva cuvinte intraductibile care descriu în cel mai poetic mod cu putință savoarea unui vin. Cuvinte ca „ghiurghiuliu” sau „apă-n gură” (un vin cu aciditate ridicată).

## THE SOLUTION

Așa că îi invităm pe americani să descopere vinurile românești prin frumusețea și exotismul limbii române. Ba chiar să extindem limbajul somelierilor cu acești termeni.

## AMPLIFICATION

La eveniment: Invitația către somelierii va consta într-o cutie cu sample bottles din vinuri românești, iar singura lor etichetă va fi termenul românesc care le descrie.

La evenimentul propriu-zis îi învățăm pe somelierii cuvinte românești pe care să le folosească atunci când descriu un vin. Ba chiar să le oferim un dicționar al vinului care să le conțină, astfel încât să le extindem vocabularul.

Cuvintele românești ce vor apărea în el vor avea și o pagină Wikipedia, care nu doar că va explica originea termenului, dar va include și momentul lor de „lansare” în State.

**În Times Square, va fi un OOH cu aceste cuvinte în prim-plan alături de vinul pe care ele îl descriu.**

În țară, vom folosi aceste recenzii pe diverse materiale la raft, iar în online vom vorbi despre aceste vinuri ca vinuri apreciate până și de somelierii din America. De asemenea putem lansa dicționarul extins al somelierilor și în România.



“Floral and fruity. A taste well supported by a fresh acidity and mineral touches specific to the vineyard.”  
For Mustoasa de Măderat



DESCHIDEM VINUL ROMÂNESC



# The F\*ck My Job Platform for OLX Jobs



THE ANONYMOUS OFFICE JOKES COLLECTOR BY OLX JOBS

## INSIGHT

Office jokes. We hear them all the time. But sometimes, they just stop being all that funny. And that may be a sign it's not you, it's the current job.

## BIG IDEA

Introducing FMJ the anonymous office jokes collector, by OLX Jobs.

## HOW IT WORKS

When things are a little off at your current job, simply vent by submitting jokes or snarky remarks on the platform, or see how others are struggling. Jobs ads by OLX and office jokes are displayed side-by-side. A stand-up comedian reenacts select user submitted jokes.





**Website copy for  
[beretimisoreana.ro](http://beretimisoreana.ro)**



# MOBILE VERSION

## HERITAGE PAGE





# MOBILE VERSION

## PRODUCT PAGE









**Website copy for  
sixpixels.ro**



# HUB DIGITAL CU SOLUȚII COMPLETE DE BUSINESS

Strategie, design și dezvoltare de aplicații web.  
Construim produse digitale la care oamenii să tot revină.

[CONTACTEAZĂ-NE](#)

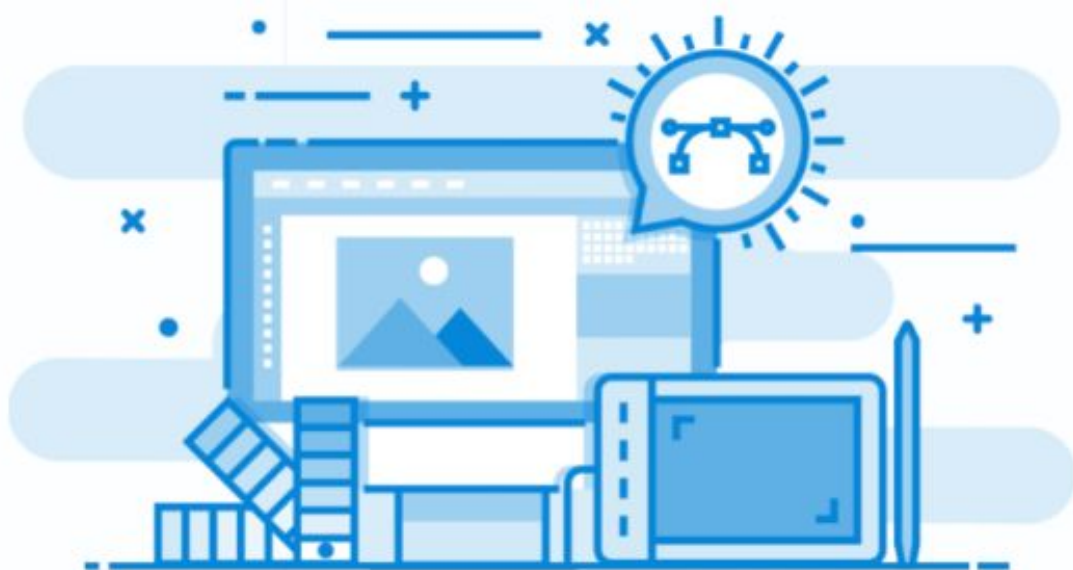


CE ÎȚI OFERIM?

## STRATEGIE

Baza proiectului tău. Pornim de la nevoile tale de business și găsim împreună soluția strategică ideală.

On-site audit, User and market research, Requirements discovery, Content strategy and planning



## UX DESIGN

Focus pe experiența utilizatorilor și pe cerințele afacerii tale. Livrăm produse intuitive, ușor de utilizat de către clienții tăi.

Wireframing, User experience design, Interface and interaction design, Web design mock-ups



## DEZVOLTARE WEB

De la oameni pentru oameni. Dezvoltăm o gamă largă de aplicații web pentru ca tu să comunici mai bine cu clienții.

Drupal & Wordpress development, E-Commerce development, Custom web app development, Responsive design



## SUPORT ȘI MENTENANȚĂ

O soluție funcțională. Colaborăm în continuare și îți oferim tot sprijinul astfel încât aplicația să funcționeze la cele mai înalte standarde.

Website & hosting maintenance, Content management, Measurement & reporting, Editorial support



A close-up photograph of a black cat's face. The cat has large, expressive green eyes and is looking directly at the camera. Its ears are pointed upwards. The cat is resting its head on a white, textured towel. The background is out of focus, showing some indistinct colors.

**Thank you**